

**SELFIE JAKO ZWIERCIADŁO WSPÓŁCZESNEJ KULTURY**

'SELFIE' AS A MIRROR OF CONTEMPORARY CULTURE

Recenzja: Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków: Wydawnictwo AGH 2016.**Katarzyna Lorenc***Uniwersytet Jagielloński\**

**S**elfie, fotograficzny autoportret umieszczany w mediach społecznościowych, jest dziś wyrazem na tyle popularnym i często używanym, że został nawet uznany słowem roku 2013 przez Oxford Dictionary (Oxford Dictionary, 2013). Fenomen tego zjawiska rozpatrywany jest z różnych stron, począwszy od marketingowego wykorzystania, po znaczenie psychologiczne, socjologiczne czy kulturowe. Zadziwiająca jest także trwałość tego trendu, który uobecnia się w codziennym życiu społeczeństwa zachodniego już od kilku lat i nic nie wskazuje na to, aby miał szybko przeminąć. Nic więc dziwnego, że stał się on przedmiotem badań jako symbol współczesnej kultury narcyzmu w nowej publikacji Magdaleny Szpunar, zatytułowanej *Kultura cyfrowego narcyzmu*.

Magdalena Szpunar jest doktorem habilitowanym w dziedzinie nauk społecznych w zakresie socjologii. Jej zainteresowania badawcze obejmują przede wszystkim nauki o mediach, medioznawstwo oraz socjologię Internetu. Opublikowała wiele książek i artykułów naukowych, pozostających w tym kręgu tematycznym, m.in. *Imperializm kulturowy Internetu*, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego* czy *Społeczne konteksty nowych mediów*. Publikacja stanowiąca przedmiot niniejszej recenzji, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, jest przedostatnią książką jej autorstwa, w krytyczny sposób poruszającą tematykę współczesnej kultury, zdominowanej przez medium, jakim jest Internet.

*Kultura cyfrowego narcyzmu* stanowi rozbudowaną analizę zjawiska narcyzmu, zarówno od strony socjologicznej, jak i kulturowej. Autorka odwołuje się do słów Hermanna Hessego, który twierdził, że „każda epoka i kultura mają właściwy sobie styl, specyfikę, subtelności i ostrości” (Szpunar, 2016, s. 7). W związku z tym każdą kulturę czy epokę można opisać nie tylko w kategoriach rozwoju technologicznego, wydarzeń historycznych czy ważnych osobistości, ale także z punktu widzenia dominujących zjawisk, zachodzących w ludzkiej psychice. W swoich rozważaniach Magdalena Szpunar bazuje również na pojęciu kultury narcyzmu, opisanym przez Christophera Lascha i rozumianym jako kultura, w której dominującymi cechami psychiki ludzkiej są

---

\* katarzyna7.lorenc@student.uj.edu.pl

cechy narcystyczne, a więc nastawienie na indywidualny sukces, partykularne interesy i zaspokojenie swojego ego, a także dewaluacja poprzednio uznawanych wartości, takich jak rodzina, religia, społeczność (Lasch, 1979, s. 59). Na gruncie tych teorii autorka buduje pojęcie kultury cyfrowego narcyzmu, a więc kultury, w której w jeszcze bardziej znaczący sposób niż u Lascha przejawiają się cechy narcystyczne, co związane jest z rozpowszechnieniem się Internetu i nowych mediów.

Pierwszy rozdział pracy Magdaleny Szpunar stanowi obszerną analizę teoretyczną zjawiska psychologicznego, jakim jest narcyzm. Autorka wychodzi od etymologii tego pojęcia, przytaczając dobrze znany mit o Narcyzie, urodziwym młodzieńcu, który zakochał się we własnym odbiciu. Dokonuje również przeglądu głównych nurtów postrzegania zjawiska narcyzmu – od Zygmunta Freuda i Ericha Fromma, po bardziej współczesne podejścia, m.in. amerykańskiego psychiatry Eliasa Aboujaoude. Narcyzm rozpatrywany jest tu zarówno jako zjawisko psychiczne, jak i społeczne czy kulturowe; ukazany jest tak w ujęciach teoretycznych, jak i w przeprowadzonych badaniach empirycznych. Szczególną uwagę zwrócono na nieustanny lęk, ściśle związany z niskim poczuciem własnej wartości i będący jedną z cech charakterystycznych narcyza, a także na hiperlękowe media kultury strachu, a więc media, które podsycają lęk i kreują atmosferę ciągłego zagrożenia.

Kolejny rozdział książki skupia się na pojęciu kultury narcyzmu, stworzonym przez Christophera Lascha w celu opisanego kultury amerykańskiej końca XX wieku, w której egocentryzm stał się główną cechą charakterystyczną, przez niektórych uważaną nawet za zaletę (Lasch, 1979, s. 59). Pojęcie to autorka umieszcza w kontekście mediów i wizerunku medialnego, dowodząc, że rozwój Internetu i zainteresowanie mediów sprawami „zwykłego człowieka” spowodowały gwałtowny wzrost narcyzmu. Obecnie każdy ma możliwość zyskać swoje „pięć minut” i przez chwilę cieszyć się sławą, zarówno w mediach masowych, jak i samodzielnie publikując informacje na swój temat za pomocą Internetu. Autorka zwraca uwagę na sztuczność takiego podejścia, pozwalającego pokazywać jedynie poszczególne „maski”, ale niemożliwiającego bliskiego kontaktu z drugim człowiekiem. Krytykuje zjawisko *personal branding*, czyli świadomego tworzenia własnego wizerunku w mediach, często nieprawdziwego lub znacząco zmodyfikowanego. Podkreśla też zmianę zachodzącą w pojmowaniu intymności, która w kulturze narcyzmu jest towarem na sprzedaż i przedmiotem wymiany, nie zaś jak dotąd sferą prywatną (Szpunar, 2016, s. 55).

Trzeci rozdział *Kultury cyfrowego narcyzmu* porusza temat ludzkich potrzeb i dążeń w dzisiejszym świecie. Autorka przeciwstawia sobie dwie skrajne postawy – narcystyczną, jednowymiarową, charakteryzującą się materialistycznymi potrzebami i konsumpcjonizmem oraz drugą, z języka angielskiego nazwaną *slow life*, polegającą na przeciwstawieniu się konsumpcji i skupieniu na uważnym i świadomym życiu. Krytykuje ideologię sukcesu, uznając ją za pozbawioną prawdziwych wartości, tworzącą puste jednostki, starające się ową pustkę zapełnić poprzez kompulsywne kupowanie. Przeciwstawia jej natomiast podejście *slow life* i trend *no logo*, opisany przez amerykańską działaczkę Naomi Klein (Klein, 2004).

Ostatni rozdział pracy skupia się bezpośrednio na współczesnej, cyfrowej odsłonie kultury narcyzmu, a więc na przejawach tego zjawiska w Internecie i nowych mediach. Internet został tu określony jako medium narcystyczne, ponieważ jego pojawienie się i rozwój doprowadziły do erupcji zachowań narcystycznych. Magdalena Szpunar skupia się zwłaszcza na zjawisku zwanym *personal branding* oraz na *selfie* – autoportrecie w formie zdjęcia, umieszczanego w mediach społecznościowych i wykonanego przy pomocy telefonu trzymanego w ręce. Traktuje te zjawiska jako przejawy kultury narcyzmu i epatowania swoją osobą przez użytkowników nowych mediów. Krytycznie podchodzi również do obecnego we współczesnej kulturze fałszu, tworzenia swoistego *simulacrum* swojej osoby, niezwiązanego z prawdą, ale mającego tworzyć rzeczywistość alterna-

tywną w Internecie. Autorka podnosi także kwestię podglądactwa, które wykształciło się równocześnie z rozpowszechnieniem się kultury cyfrowego narcyzmu, jak również lęku przed przegapieniem istotnych informacji w Internecie, tzw. *FOMO* (ang. *Fear of Missing Out*).

*Kultura cyfrowego narcyzmu* stanowi obszerną analizę zjawiska narcyzmu w różnych jego przejawach, jak również bogatą analizę kultury narcyzmu we współczesnym świecie. Autorka przytacza wiele podejść do zagadnienia narcyzmu w socjologii i kulturze, dzięki czemu praca ma walor przeglądowy i stanowi dobry punkt wyjścia do dalszych studiów nad tą tematyką. Ważną cechą omawianej pozycji jest krytyczna analiza współczesnej kultury, na którą znaczący wpływ mają nowe media, którymi posługujemy się współcześnie na co dzień. Autorka zwraca też uwagę na zagrożenia, związane z zafascynowaniem Internetem, zwłaszcza w przypadku młodych osób, dla których świat *online* to jedyny, jaki znają. Omawia jednak również ruchy alternatywne, mogące stanowić przeciwwagę dla dominującej kultury cyfrowego narcyzmu.

### Bibliografia

- Aboujaoude, E. (2012). *Wirtualna osobowość naszych czasów. Mroczna strona e-osobowości*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Klein, N. (2004). *No Logo*. Izabelin: Świat literacki.
- Lasch, C. (1979). *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York: Norton.
- Oxford Dictionaries. *The Oxford Dictionaries Word of the Year 2013 is 'selfie'*. <http://blog.oxford-dictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>
- Szpunar, M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków: Wydawnictwa AGH. Za: Hesse, H. (1984). *Wilk stepowy*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.